



GUVERNUL ROMÂNIEI  
PRIMUL – MINISTRU

NR. 1883  
DATA 06.10.2016

PARLAMENTUL ROMÂNIEI  
SENAT  
467/17.10.2016

**Domnule președinte,**

În conformitate cu prevederile art. 111 alin. (1) din Constituție, Guvernul României formulează următorul

## **PUNCT DE VEDERE**

referitor la *proiectul de lege pentru modificarea și completarea Legii nr. 148 din 26 iulie 2000, privind publicitatea precum și a Legii nr. 504/2002 a audiovizualului*, provenit dintr-o propunere legislativă, inițiată de doamna deputat PNL Maria Grecea împreună cu un grup de parlamentari PNL (**Plx. 178/2016, Bp. 375/2016**).

### **I. Principalele reglementări**

Proiectul de lege are ca obiect de reglementare completarea *Legii nr. 148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare*, în sensul introducerii unui nou articol, **art. 13<sup>1</sup>**, astfel încât publicitatea pentru jocurile de noroc să fie permisă doar în interiorul spațiilor în care acestea se organizează și în publicațiile de specialitate din domeniu.

Totodată, se propune completarea art. 29 din *Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare*, în sensul introducerii unui nou alineat, **alin. (9)**, prin care să fie interzise comunicările comerciale audiovizuale destinate jocurilor de noroc.

## II. Observații

1. Scopul măsurilor propuse este acela de a limita publicitatea jocurilor de noroc, fiind posibilă publicitatea doar în sălile specializate, interzicând, în același timp, orice formă de publicitate digitală și audiovizuală. În acest fel se poate bloca activitatea legală de promovare a jocurilor de noroc on-line care au un alt specific și se creează o premisă de discriminare și neconcurențialitate între operatorii de jocuri de noroc tradiționale (landbase) și cei de la distanță (on-line), deoarece aceștia din urmă nu dispun de locații specializate având în vedere specificul de desfășurare al jocului.

Restricțiile de publicitate propuse i-ar putea forța pe unii dintre operatorii care funcționează legal la momentul actual să își reconsidere rămânerea pe piața de jocuri de noroc, iar alți operatori, care nu sunt prezenți în acest moment pe piața jocurilor de noroc on-line din România, ar putea renunța la a mai lua în considerare opțiunea intrării pe piață. Acest lucru ar da un semnal negativ de instabilitate și incoerență în piața europeană, în condițiile în care una din criticile Comisiei Europene a fost tocmai aceea că statul român nu adoptă măsuri coerente și previzibile în acest domeniu specific.

Publicitatea televizată și digitală, inclusiv așa numitul marketing afiliat specific în domeniul on-line, reprezintă principalele canale de promovare ale industriei de jocuri de noroc la distanță. Fără aceste canale de promovare operatorii de jocuri de noroc licențiați în România ar fi puși în imposibilitatea de a oferi un mediu concurențial corect. Acest fapt ar conduce la expunerea prin alte mijloace a ofertelor furnizate în cadrul pieței nelicențiate a jocurilor de noroc, care va deveni mai atractivă spre deosebire de piața licențiată ce are standarde severe privind organizarea responsabilă din punctul de vedere social al jocurilor de noroc impuse prin legislație. Din aceste motive, interzicerea publicității televizate și a altor forme de publicitate audiovizuală pentru serviciile de jocuri de noroc mai ales on-line contravine obiectivelor cheie ale noii legislații privind jocurile de noroc din România, constând în reglementarea corectă funcțională și concurențială, în reducerea dimensiunii pieței nelicențiate de jocuri de noroc și în crearea unui ansamblu de măsuri care să aibă în vedere controlarea domeniului, protecția jocurilor și încasarea taxelor datorate pentru exploatarea unui domeniul de monopol.

În plus, restricția severă impusă cu privire la realizarea publicității conduce la o scădere semnificativă a investițiilor pe care operatorii licențiați le-ar putea realiza în România, mai ales luând în considerare condițiile specifice de desfășurare a jocurilor de noroc on-line și dinamica internetului.

Mai mult, regulile de publicitate stabilite în România prin prevederile legale în vigoare la acest moment sunt conforme cu regulile și reglementările existente în alte piețe reglementate din cadrul Uniunii Europene. Spre exemplificare, raportul trimestrial publicat de către autoritatea de reglementare a jocurilor de noroc online din Spania arată că, pentru perioada octombrie-decembrie 2015, industria jocurilor de noroc a investit mai mult de 23 milioane de euro în publicitate, ceea ce reprezintă o creștere de peste 15%, pe baza unei evoluții anuale a investițiilor în publicitate.

Reguli de marketing și publicitate similare se aplică și în alte țări în cadrul cărora piața de jocuri de noroc on-line a fost recent reglementată cu succes, cum ar fi, spre exemplu, Danemarca sau Bulgaria. Cu toate acestea, dată fiind dimensiunea pieței din România, este puțin probabil ca investițiile în publicitate a industriei de jocuri de noroc on-line să atingă nivelul existent al investițiilor în Marea Britanie sau în Spania. Se poate presupune că industria jocurilor de noroc on-line va investi zeci de milioane de euro pe an în promovarea produselor și/sau serviciilor introduse pe piața din România - o serie de operatori licențiați lansând deja atât campanii de marketing televizate și digitale, cât și campanii de marketing off-line și on-line.

O mare parte din aceste sume de bani este și va fi cheltuită în România cu furnizorii naționali de servicii media, precum și cu agențiile de publicitate locale cu rol în oferirea de servicii actorilor industriei de jocuri de noroc în adaptarea propriilor creații de publicitate și plasarea subsecventă a materialului publicitar conform pieței românești.

Ca urmare, investițiile în publicitate contribuie, de asemenea, în mod indirect, la crearea și susținerea de locuri de muncă în România și la întoarcerea unei părți din profit în mediul economic intern ca urmare a faptului că procesarea solicitărilor formulate de către operatorii recent intrați pe piața de jocuri de noroc on-line va impune furnizorilor naționali de servicii media și agenților de publicitate să angajeze personal suplimentar.

2. Cu privire la programele audiovizuale, inițiatorii proiectului de lege nu precizează dacă este vorba despre programele audiovizuale licențiate în România sau dacă are în vedere și programele retransmise în România, dar aflate sub jurisdicția altor state membre, ținând seama de faptul că în România se difuzează pe canalele retransmise publicitate cu același conținut cu cel prezent în programele furnizorilor de servicii aflați sub jurisdicția României.

Considerăm că, proiectul de lege, ar produce o ingerință în piața de servicii media audiovizuale a statelor membre, în fond în piața unică a serviciilor media audiovizuale, îngrădind publicitatea pentru jocuri de noroc în cadrul serviciilor media audiovizuale aflate sub jurisdicția României, în timp ce publicitatea pentru jocuri de noroc ar putea fi difuzată în continuare de canalele retransmise în România, întrucât respectivele canale TV se află sub jurisdicția altor state membre în care nu există dispoziții care să interzică comunicările comerciale audiovizuale pentru jocurile de noroc.

3. Proiectul de lege nu respectă dispozițiile art. 6 din *Legea nr.24/2000*<sup>1</sup>, în sensul în care era necesară o evaluare obiectivă și documentată privind impactul social, financiar și asupra mediului de afaceri ca fundamentare pentru măsurile propuse.

Având în vedere faptul că reglementările propuse vizează exclusiv completarea *Legii nr. 148/2000*, respectiv a *Legii nr. 504/2002*, precizăm că, în prezent, difuzarea de publicitate pentru jocurile de noroc este reglementată prin mai multe acte

---

<sup>1</sup> privind normele de tehnică legislativă pentru elaborarea actelor normative, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

normative, și anume *Decizia nr. 220/2011*<sup>2</sup>, *Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 77/2009*<sup>3</sup>.

Astfel, era necesar ca inițiatorii să aibă în vedere, eventual, integrarea măsurilor propuse în ansamblul legislației și reglementărilor în materie, pentru a da coerență și aplicabilitate textului și, totodată pentru a elimina contradictorialitatea între dispozițiile propuse și cele în vigoare, potrivit normelor de tehnică legislativă instituite prin *Legea nr. 24/2000*.

Totodată, menționăm că, în conformitate cu prevederile art. 40 alin. (1) lit. d) din *Legea nr. 41/1994 privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății Române de Televiziune, republicată, cu modificările și completările ulterioare*, veniturile proprii ale serviciului public de televiziune și ale serviciului public de radio provin și din sume încasate din publicitate, or, prin forma propusă, se diminuează veniturile proprii ale Societății Române de Televiziune și ale Societății Române de Radiodifuziune.

4. Semnalăm faptul că, în prezent, *Legea nr. 148/2000*, conține un art. 13<sup>1</sup> care reglementează publicitatea la băuturile spirtoase, fapt pentru care noul text introdus ar fi trebuit să fie art. 13<sup>2</sup>.

### **III. Punctul de vedere al Guvernului**

Având în vedere considerentele menționate la pct. II, **Guvernul nu susține adoptarea acestei inițiative legislative.**

 Cu stimă,

**Dacian Julien CIOLOȘ**

**Domnului senator Călin-Constantin-Anton Popescu-Tăriceanu**

**Președintele Senatului**

---

<sup>2</sup> privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual, cu modificările și completările ulterioare;

<sup>3</sup> privind organizarea și exploatarea jocurilor de noroc, cu modificările și completările ulterioare;